

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

UVOD U TRŽIŠNO POSLOVANJE

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**

ne popunjavati

**3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

2

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

nema

**7. Ograničenja pristupa:**

nema

**8. Trajanje / semestar:**

1

1

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

Ekonomski

**11. Odsjek / Studijski program:**

Ekonomija

**12. Odgovorni nastavnik:**

Dr. sc. Ermina Smajlović, vanr. prof

**13. E-mail nastavnika:**

ermina.mustafic@untz.ba

**14. Web stranica:**

www.ef.untz.ba

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Sticanje osnovnih teorijskih znanja o tržišnom poslovanju i upoznavanje studenata sa savremenim formama poslovanja u uslovima tržišnog okruženja.

**16. Ishodi učenja:**

Razviti sposobnost studenata da razumiju tržišno poslovanje i savremene forme zposlovanja u uslovima tržišnog okruženja.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

- Priroda i sistemi poslovanja
- Potrebe i tržište kao preduslov poslovanja
- Određenje i obilježja tržišnog poslovanja
- Razvoj i ciljevi tržišnog poslovanja
- Društveni značaj tržišnog poslovanja
- Funkcionisanje tržišnog mehanizma
- Interakcija društvenog razvoja i poslovanja
- Učesnici u tržišnom poslovanju
- Kupac kao fokusna tačka tržišnog poslovanja
- Analiza tržišta i okruženja
- Ključni elementi uspješnog poslovanja (4P)
- Izazovi globalnog poslovanja

**18. Metode učenja:**

Predavanja, vježbe (A), seminarski radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u dva termina sedmično i to je fakultativna ponuda studentima.

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta (seminarski radovi, domaće zadaće, aktivnost na predavanjima i vježbama)

**20. Težinski faktor provjere:**

Obaveze studenata	Bodovi
Tri testa	(15+15+20=50)
Seminarski radovi	10
Aktivnosti-dolasci na predavanja i vježbe	5
Domaća zadaća	5
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

**21. Osnovna literatura:**

1. Kotler P., Keller K.L, Marketing menadžment, Data status, Beograd, 2006.
2. Domazet A., Babović-Hodović V., Kurtović E., Osnovi marketinga, Ekonomski fakultet Sarajevo, Sarajevo, 2012.

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:**

2016/2017

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

24.02.2016.